



**HAL**  
open science

## Jean-Claude Daumas, La Révolution Matérielle

Marie-Emmanuelle Chessel

► **To cite this version:**

Marie-Emmanuelle Chessel. Jean-Claude Daumas, La Révolution Matérielle. Histoire@Politique : revue du Centre d'histoire de Sciences Po, 2019, pp.en ligne - en ligne. 10.4000/histoirepolitique.1328 . hal-02129826

**HAL Id: hal-02129826**

**<https://sciencespo.hal.science/hal-02129826>**

Submitted on 4 Feb 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

**Jean-Claude Daumas, La Révolution matérielle**

**Marie-Emmanuelle Chessel**

**Version auteur**

**Compte rendu de lecture paru dans sa version éditée in *Histoire@Politique*, 12.02.2019, <https://www.histoire-politique.fr/index.php?numero=1&rub=comptes-rendus&item=689>**

**Daumas, Jean-Claude (dir.), *Les révolutions du commerce France, XVIIIe-XXIe siècle*, Besançon, Presses universitaires de Franche-Comté, collection « Les cahiers de la Maison des sciences de l'homme et de l'environnement Ledoux », Série « Normes, Pratiques et Savoirs », 2020, 354 p., 30 E.**

Voici un ouvrage qui montre la vitalité de l'histoire économique de la distribution en France. Plusieurs choix ont été faits pour ce livre. Le premier a été de proposer une longue chronologie, qui va de la période moderne au très contemporain. Ce choix a le mérite de faire dialoguer des historiographies, et en particulier de faire connaître aux contemporanéistes la vitalité renouvelée de l'histoire moderne sur ces thématiques. Cela permet aussi aux historiens et historiennes de se confronter aux évolutions très récentes du commerce, en particulier le e-commerce<sup>1</sup>. Le deuxième choix vise à articuler des articles de synthèse, qui mettent au jour l'état des savoirs sur telle ou telle question, et des articles de recherche, souvent issus de thèses récentes. Cela permet de naviguer entre une réflexion historiographique et des études de cas situées, ce qui évite à la fois la généralisation hâtive et la succession d'études de cas sans lien les unes avec les autres. Par ailleurs, cela met en évidence des thématiques qui mériteraient de plus amples travaux, comme le commerce rural.

*Les révolutions du commerce* est composé de trois parties, l'une portant sur les formes de distribution du XVI<sup>e</sup> au XIX<sup>e</sup> siècle, la deuxième sur la distribution des produits alimentaires qui constituent des études de cas très riches<sup>2</sup> et la troisième sur la question de la consommation de masse après la Deuxième Guerre mondiale. Il comporte de nombreuses pépites. On y voit la capacité des détaillants à s'adapter à la transformation de la demande et aux différentes concurrences. On apprend comment les clientèles populaires sont séduites par de nouvelles formes de distribution, grâce au crédit offert par les grands magasins populaires ou grâce aux primes des sociétés à succursales multiples qui tentent au contraire d'imposer la vente au comptant. Les différentes formules de distribution se concurrencent mais se nourrissent aussi les unes les autres.

L'innovation ou la modernisation ne sont pas présentées de manière simpliste et linéaire : les articles mentionnent aussi des tâtonnements, des échecs ou des hasards. Les sources d'inspiration vont des États-Unis au catholicisme social en passant par les exemples issus de la concurrence. Les formes organisationnelles sont elles aussi diverses. Enfin, les patrons ne sont pas les seuls acteurs mentionnés : sont mises en évidence des figures très intéressantes d'intermédiaires entre le consommateur et le produit. On voit ainsi le rôle du gérant de magasin mais aussi celui du représentant en Roquefort qui devient un expert de l'évaluation de son produit, sans oublier le maître d'hôtel.

Sans doute un prochain volume pourra-t-il enrichir ces résultats de comparaisons internationales, tout en intégrant les apports d'autres sciences sociales, comme la sociologie économique, brièvement

---

<sup>1</sup> Voir aussi un débat intitulé « Le commerce électronique : évolution ou révolution ? », *Entreprises et histoire*, n° 64, 2011, p. 167-182 et Isabelle Gaillard, *De la distribution à la conception des produits: les entreprises d'articles de sport en France entre persuasion marchande et dynamique inventive (1970-2010)*, Mémoire inédit en vue de l'habilitation à diriger des recherches, EHESS, 2021.

<sup>2</sup> Sur le rôle du commerce alimentaire, rappelons l'ouvrage pionnier de Thierry Nadau, *Itinéraires marchands du monde moderne. Produits alimentaires et modernisation rurale en France et en Allemagne (1870-1940)*, Paris, Editions de la Maison des sciences de l'homme, 2005.

signalée dans un article, ou encore la sociologie des mouvements sociaux<sup>3</sup>. Il n'en reste pas moins que le contenu de l'ouvrage est passionnant et donne à voir un champ de recherche dynamique et créatif.

Marie-Emmanuelle Chessel

---

<sup>3</sup> Laure Bereni et Sophie Dubuisson-Quellier, « Au-delà de la confrontation : saisir la diversité des interactions entre mondes militants et mondes économiques », *Revue française de sociologie*, Vol. 61, n° 4, 2020, p. 505-529.